

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Rujukan penelitian pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Indah Dewi Utami dan Rahmawati (2008). Penelitian terdahulu yang pertama ini berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, Dan Umur Perusahaan Terhadap *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan *Property* Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah kedua penelitian ini sama-sama menggunakan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR dan juga sama-sama menggunakan variabel independen yang salah satunya adalah ukuran perusahaan. Sedangkan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ini adalah penelitian sekarang menggunakan sampel penelitian perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011, sedangkan pada penelitian terdahulu, menggunakan sampel penelitian perusahaan *Property* Dan *Real Estate* Yang Terdaftar di BEI pada tahun 2005-2007. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Indah Dewi Utami dan Rahmawati (2008) ini memakai analisis deskriptif dan uji-t pada teknis analisis data, sedangkan pada penelitian sekarang, peneliti menggunakan Uji deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linear Berganda pada Teknis Analisis Datanya.

Rujukan penelitian kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggara Fahrizqi (2010). Penelitian tersebut

berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia)”

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah kedua penelitian ini sama-sama menggunakan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR dan juga sama-sama menggunakan variabel independen ukuran perusahaan, tingkat *Profitabilitas*, dan tingkat *leverage* perusahaan serta sama-sama menggunakan uji analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik yang meliputi: uji normalitas, uji heterokedasitas, uji multikolonearitas, dan uji autokorelasi, serta Analisis Regresi Linier Berganda pada teknis analisis datanya, sedangkan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ini adalah penelitian sekarang menggunakan sampel penelitian perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011, sedangkan pada penelitian terdahulu, menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2005-2008.

Rujukan penelitian ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sadaf Ehsan dan Ahmad (2012). Penelitian tersebut berjudul “*An Empirical investigation of the relationship between Corporate Sosial Responsibility and Financial Performance (Evidence from Manufacturing Sector of Pakistan)*”

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sekarang adalah kedua penelitian ini sama-sama menggunakan variabel dependen yaitu pengungkapan CSR. Sedangkan perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu ini adalah penelitian sekarang menggunakan sampel penelitian

perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011, sedangkan pada penelitian terdahulu, menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur di Pakistan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel independen *Financial Performane* atau kinerja keuangan yang diwakili oleh rasio ROA, ROE, EPS dan Firm's Growth. Hal ini berbeda dengan penelitian sekarang yang menggunakan 4 variabel independen, yaitu: tingkat *Profitabilitas*, tingkat *leverage*, ukuran perusahaan dan Usia perusahaan. Disamping itu, terdapat juga perbedaan yang lain, yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Sadaf Ehsan dan Ahmad (2012) ini memakai Uji Regresi pada teknis analisis data, sedangkan pada penelitian sekarang, peneliti menggunakan Uji deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linear Berganda pada teknis analisis datanya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Konsep legitimasi merupakan sebuah konsep lama yang pertama dikenalkan oleh Weber Konsep ini menerangkan tentang bagaimana peran legitimasi dalam kehidupan sosial, khususnya pada terbentuk dan bertahannya wewenang. Perspektif teoritis yang diberikan oleh teori legitimasi mengasumsikan adanya hubungan antara organisasi dan masyarakat di mana ia beroperasi (Chang dan Deegan 2010).

Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang harus dipenuhi oleh seluruh organisasi dengan masyarakat disekitar organisasi. Kesesuaian antara organisasi dengan masyarakat akan tercapai jika antara nilai-

nilai sosial dan norma yang ada dalam masyarakat sesuai dengan atau beriringan dengan berjalannya operasi organisasi.

Legitimasi dalam masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal ini, dapat dijadikan oleh perusahaan dalam rangka untuk mengonstruksi strategi perusahaan terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Legitimasi merupakan keadaan psikologi keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari masyarakat dari perusahaan. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Hasil Survei “*The Millenium Poll on CSR*” (1999) dalam (Wikipedia:2012) yang dilakukan oleh *Environics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini dan legitimasi perusahaan; 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik sehat karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) paling berperan dalam meningkatkan legitimasi, 40% responden menyatakan citra perusahaan & *brand image* mempengaruhi kesan mereka.

Uraian di atas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari tentang pengungkapan CSR oleh perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Dengan demikian, adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan yang akan berdampak pada perolehan legitimasi oleh masyarakat, dan juga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan terutama pada aspek sosialnya. Dengan begitu maka perusahaan akan dapat meningkatkan keberlangsungan usahanya (*going concern*) sehingga diharapkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan *Profitabilitas* nya.

2.2.2 Teori Stakeholder

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini. Tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*sosial dimentions*) terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

Perkembangan teori *stakeholder* diawali dengan berubahnya bentuk pendekatan perusahaan dalam melakukan aktifitas usaha. Ada dua bentuk dalam pendekatan *stakeholder* menurut Arif Budimanta (2008) yaitu *old-corporate relation* dan *new-corporate relation*. *Old corporate relation* menekankan pada bentuk pelaksanaan aktifitas perusahaan secara terpisah dimana setiap fungsi dalam sebuah perusahaan melakukan pekerjaannya tanpa adanya kesatuan diantara fungsi-fungsi tersebut. Bagian produksi hanya berfokus bagaimana memproduksi barang sesuai dengan target yang dikehendaki oleh manajemen perusahaan, bagian pemasaran hanya bekerja berkaitan dengan konsumennya tanpa

mengadakan koordinasi satu dengan yang lainnya. Hubungan antara pemimpin dengan karyawan dan pemasok pun berjalan satu arah, kaku dan berorientasi jangka pendek. Hal itu menyebabkan setiap bagian perusahaan mempunyai kepentingan, nilai dan tujuan yang berbeda-beda bergantung pada pimpinan masing-masing fungsi tersebut yang terkadang berbeda dengan visi, misi, dan capaian yang ditargetkan oleh perusahaan.

Sedangkan pada pendekatan yang kedua yaitu *New-corporate relation*, perusahaan menekankan adanya kolaborasi antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*-nya sehingga perusahaan bukan hanya menempatkan dirinya sebagai bagian yang bekerja secara sendiri dalam sistem sosial masyarakat karena profesionalitas telah menjadi hal utama dalam pola hubungan ini.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, para pekerja perusahaan, pemasok, investor, dan lain sebagainya yang keberadaanya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*.

Berdasar pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*sosial setting*) sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendukungnya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*.

Esensi teori *stakeholder* tersebut di atas jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan berpihak terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

2.2.3 Pengertian Corporate Sosial Responsibility (CSR)

a) Sejarah Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Gema CSR mulai terasa pada tahun 1950-an. Pada saat itu, persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang semula terabaikan mulai mendapatkan perhatian lebih luas dari berbagai kalangan. Buku yang bertajuk *Social Responsibility of the Businessman* karya Howard R. Bowen yang ditulis pada tahun 1953 merupakan literatur awal yang menjadi tonggak sejarah modern CSR.

Bowen dijuluki “Bapak CSR” karena karyanya tersebut. Setelah itu, gema CSR diramaikan dengan terbitnya “*Silent Spring*” yang ditulis oleh Rachel Carson, ia mengingatkan kepada masyarakat dunia bahwa betapa mematakannya

pestisida bagi lingkungan dan kehidupan. Tingkah laku perusahaan perlu dicermati terlebih dahulu sebelum berdampak menuju kehancuran. Sejak itu, perhatian terhadap permasalahan lingkungan semakin berkembang dan mendapat perhatian yang luas. Pemikiran mengenai CSR dibahas lagi pada tahun 1966 dalam “*The Future Capitalism*” yang ditulis Lester Thurow, dilanjutkan pada tahun 1970-an terbitlah “*The Limits to Growth*” yang merupakan buah pemikiran cendekiawan dunia yang tergabung dalam *Club of Rome*, buku ini terus diperbaharui hingga saat ini (Wibisono, 2007).

Menurut Wibisono (2007), sejalan dengan bergulirnya wacana tentang kepedulian lingkungan kegiatan kedermawanan perusahaan terus berkembang dalam kemasan *Philanthropy* serta *Community Development* (CD). Pada era 1980-an makin banyak perusahaan menggeser konsep *Philanthropy* kearah *Community Development*. Pada dasawarsa 1990-an adalah dasawarsa yang diwarnai dengan beraneka ragam pendekatan, seperti pendekatan integral, pendekatan stakeholder maupun pendekatan *civil society*. Pada tataran global, tahun 1992 diselenggarakan KTT Bumi di Rio de Janeiro Brazil, pertemuan ini menegaskan konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*) yang didasarkan pada perlindungan lingkungan hidup, pembangunan ekonomi dan sosial sebagai hal yang mesti dilakukan. Terobosan terbesar CSR dilakukan oleh John Elkington melalui konsep “3P” (*Profit, People* dan *Planet*) yang dituangkan dalam buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* pada tahun 1998. Gaung CSR kian bergema setelah diselenggarakannya *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) pada tahun 2002 di Johannesburg Afrika Selatan. Sejak saat itulah definisi CSR kian berkembang.

b) *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Definisi CSR telah banyak dikemukakan berbagai pihak. Konsep CSR yang banyak dijadikan rujukan oleh berbagai pihak sebagaimana yang dikemukakan oleh Teguh S. Pambudi dalam tulisannya di majalah SWA edisi 19 adalah pemikiran Elkington, yakni tentang *tripel bottom line*. Menurut CSR adalah segitiga kehidupan *stakeholder* yang harus diberi atensi oleh korporasi di tengah upayanya mengejar keuntungan atau *profit*, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Hubungan itu diilustrasikan dalam bentuk segitiga. Sejalan dengan itu, Wibisono (2007) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

CSR juga didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Reni Retno Anggraini, 2006). Menurut Gray et al. (1987), dalam Murwaningsih (2006) perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasional perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya.

Ruang lingkup CSR antara lain:

- a. *Basic Responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan, contohnya kewajiban membayar pajak, menaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.
- b. *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan stakeholder, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat.
- c. *Sosial Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Dalam bahasa Indonesia, *Corporate Sosial Responsibility* atau disingkat dengan CSR berarti tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, definisi tanggung jawab sosial adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Wibisono (2007) mendefinisikan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”. Maksudnya yaitu bahwa CSR merupakan komitmen dunia usaha untuk beroperasi secara legal dan etis sehingga dapat berkontribusi dalam peningkatan perekonomian, sekaligus berperan dalam

peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya dan juga berperan dalam peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Kamus *online* Wikipedia mendefinisikan CSR sebagai suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. (Wikipedia, 2012).

Dari berbagai definisi di atas, terlihat pentingnya *sustainability* (berkesinambungan/berkelanjutan). Artinya, bahwa CSR tersebut harus dilakukan secara terus menerus untuk efek jangka panjang dan bukan hanya dilakukan sekali-sekali saja. Konsep CSR memang sangat berkaitan erat dengan konsep *sustainability development* (pembangunan yang berkelanjutan). Tanggung jawab perusahaan secara sosial bukan merupakan konsep yang statis dan pasif yang hanya terbatas pada konsep pemberian donor. Konsep tanggung jawab perusahaan merupakan konsep yang terkait dengan hak dan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan antar *stakeholders*.

Menurut Wibisono (2007), manfaat perusahaan menerapkan CSR antara lain:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial (*sosial licence to operate*).
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumberdaya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.

6. Mereduksi biaya, misalnya biaya yang terkait dengan dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial di atur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Paragraf 12, yang menyatakan bahwa:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang laporan penting”.

Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial ini juga terdapat dalam keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) No. kep-38/PM/1996 peraturan No. X-K6 tentang Laporan Tahunan. Peraturan ini berisi mengenai kebebasan bagi perusahaan untuk memberikan penjelasan umum mengenai perusahaan, selama hal tersebut tidak menyesatkan dan bertentangan dengan informasi yang disajikan dalam bagian lainnya. Penjelasan umum tersebut dapat berisi uraian mengenai keterlibatan perusahaan dalam kegiatan pelayanan masyarakat, program kemasyarakatan, amal, atau bakti sosial lainnya, serta uraian mengenai program perusahaan dalam rangka pengembangan SDM.

Berdasarkan peraturan diatas, maka kini tidak ada lagi lagi pengungkapan CSR secara sukarela bagi perusahaan. Setiap perusahaan kini

berkewajiban untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan keuangannya

2.2.4 *Global Reporting Index (GRI)*

Global Reporting Index (GRI) adalah sebuah pedoman atau standar pengukuran pengungkapan CSR oleh perusahaan. Standar GRI ini meliputi 6 aspek, yaitu: Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan, Aspek Tenaga Kerja dan Kepatuhan Kerja, Aspek Hak Asasi Manusia, Aspek Masyarakat, dan Aspek Tanggung jawab Produk. Pedoman ini telah dikembangkan melalui proses multi *stakeholder* yang menggabungkan partisipasi aktif bisnis,, investasi akuntansi, penelitian hak asasi manusia, dan organisasi tenaga kerja dari seluruh dunia.

Masing – masing standar pengungkapan tersebut memiliki beberapa aspek yang harus diungkapkan dalam laporan CSR perusahaan. Aspek – aspek dari masing – masing standar dijabarkan dalam table 2.1 berikut ini

Tabel 2.1
Standar Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

JENIS STANDAR PENGUNGKAPAN	ASPEK TERKAIT
Strategi dan Profil	<ul style="list-style-type: none"> a. Visi dan Strategi (<i>Vision dan strategy</i>) b. Profil (<i>profile</i>) c. Hal – hal yang berhubungan dengan pemerintahan, struktur dan sistem manajemen (<i>Governance, structure, and Management Sistem</i>)
Pendekatan Manajemen dan Indikator Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Ekonomi (<i>Economic</i>) <ul style="list-style-type: none"> a. Kinerja ekonomi b. Kehadiran Pasar c. Dampak Ekonomi Tidak langsung 2. Lingkungan (<i>Environment</i>) <ul style="list-style-type: none"> a. Material b. Energi c. Air d. Keanekaragaman hayati e. Emisi, anak sungai dan limbah Produk dan Jasa f. Pemenuhan g. Pengangkutan h. Keseluruhan 3. Praktek Tenaga kerja dan kepatuhan kerja (<i>Labour practices and Decent Work</i>) <ul style="list-style-type: none"> a. Pekerjaan b. Tenaga kerja/hubungan pihak Management c. Kesehatan dan Keamanan kerja d. Pelatihan dan Pendidikan e. Kesempatan yang berbeda dan sama 4. Hak Asasi Manusia (<i>Human Right</i>) <ul style="list-style-type: none"> a. Investasi dan Perantaraan b. Tidak diskriminatif c. Kebebasan Berasosiasi dan Pertimbangan Kolektif d. Teman kerja muda/anak – anak e. Hak dan kewajiban tenaga kerja f. Praktek Keamanan g. Hak – hak masyarakat pribumi 5. Masyarakat (<i>Society</i>) <ul style="list-style-type: none"> a. Masyarakat b. Korupsi c. Kebijakan umum d. Perilaku anti persaingan e. Pemenuhan 6. Tanggung jawab produk (<i>Product Responsibility</i>) <ul style="list-style-type: none"> a. Kesehatan dan Keamanan Pelanggan b. Pemberian nama produk dan jasa c. Komunikasi pemasaran d. Privasi pelanggan e. Pemenuhan

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Dari masing-masing standar tersebut, terdapat penjelasan dari tiap-tiap item pengungkapan yang harus diungkapkan oleh masing-masing perusahaan

dalam menerapkan CSR. Tabel berikut akan menjelaskan item-item penjelasan dari pengungkapan CSR oleh perusahaan.

Tabel 2.2
Item Yang Diungkapkan Berdasarkan Strategi And Profil

JENIS STANDAR PENGUNGKAPAN	ASPEK TERKAIT
Visi dan Strategi	<ul style="list-style-type: none"> a. Pernyataan dari sebagian besar pengambil keputusan tertinggi dari organisasi yang menjelaskan tentang hubungan tanggung jawab dari organisasi serta strateginya. b. Deskripsi dari dampak, resiko, dan kesempatan
Profil	<ul style="list-style-type: none"> a. Nama Organisasi b. Merek utama utama, produk dan jasa c. Struktur operasional dari organisasi d. Pusat lokasi organisasi e. Jumlah dan nama kota dimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasional f. Kepemilikan dan operasional g. Pelayanan pasar h. Skala dari pelaporan organisasi i. Perubahan yang signifikan selama pelapran meliputi ukuran, struktur atau kepemilikan j. Penghargaan yang diterima
Hal-hal yang berhubungan dengan pemerintahan, struktur dan sistem manajemen	<ul style="list-style-type: none"> a. Hal yang berhubungan dengan pemerintahan b. Komitmen dengan pihak eksternal c. Perjanjian dengan <i>stakeholder</i>

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Tabel 2.3
Item Yang Diungkapkan Berdasarkan Pendekatan Manajemen

KODE	ITEM YANG HARUS DIUNGKAPKAN
EC	Ekonomi (<i>Economic</i>)
EN	Lingkungan (<i>Environment</i>)
LA	Praktek tenaga kerja dan kepatuhan kerja (<i>Labour Practices and Decent Work</i>)
HR	Hak Asasi Manusia (<i>Human Rights</i>)
SO	Masyarakat (<i>Society</i>)
PR	Tanggung jawab produk (<i>Product Responsibility</i>)

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Tabel 2.4
Indikator Pelaksanaan Pengungkapan Ekonomi

KODE	ITEM YANG HARUS DIUNGKAPKAN
Kinerja Ekonomi	<p>EC1 Nilai ekonomi secara langsung dapat dihasilkan dan didistribusikan. Hal ini meliputi penerimaan biaya operasional, komponen pegawai, sumbangan dan investasi masyarakat, penerimaan pendapatan dan pembayaran untuk penyedia modal dan pemerintah.</p> <p>EC2 Implementasi keuangan, resiko lain dari kesempatan untuk aktivitas organisasi yang dipengaruhi oleh perubahan iklim.</p> <p>EC3 Jaminan organisasi terhadap imbalan pasti.</p> <p>EC4 Bantuan keuangan yang diterima dari pemerintah</p>
Kehadiran Pasar	<p>EC5 Perbandingan antara standar pemasukan upah dengan upah minimal lokal di lokasi kerja.</p> <p>EC6 Kebijakan, pelatihan dan proporsi dari proses pembelian secara lokal (berdasarkan pada pemasok di lokasi kerja)</p> <p>EC7 Prosedur untuk rekrutmen dan proporsi dari manajemen senior yang direkrut dari masyarakat sekitar lokasi kerja.</p>
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	<p>EC8 Perkembangan dan dampak dari investasi infrastruktur, serta penyediaan layanan secara primer untuk keuntungan publik yang diperoleh dari perdagangan atau perjanjian.</p> <p>EC9 Pengertian dan penjelasan dari dampak ekonomi secara tidak langsung meliputi batas dari dampak tersebut.</p>

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Tabel 2.5
Indikator Pelaksanaan Pengungkapan Lingkungan

KODE	ITEM YANG HARUS DIUNGKAPKAN
Material	EN1 Material yang digunakan berdasarkan berat dan volume EN2 Persentase dari material yang digunakan untuk mendaur ulang pemasukan material
Energi	EN3 Penggunaan energy secara langsung oleh sumber energi utama EN4 Penggunaan energi tidak langsung oleh sumber primer EN5 Energi disimpan untuk pelestarian dan peningkatan efisiensi EN6 Inisiatif untuk menyediakan produk-produk energi hemat energi atau terbarukan dan layanan berbasis, dan pengurangan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut. EN7 Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang energi yang telah digunakan.
Air	EN8 Penarikan kembali total air dari sumber EN9 Sumber air yang dipengaruhi oleh penarikan kembali air EN10 Jumlah persentase dari total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali adalah sama.
Keanekaragaman Hayati	EN11 Lokasi dan ukuran lahan yang dimiliki, disewa, dikelola, dan daerah dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung. EN12 Menjelaskan tentang dampak dari kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan daerah dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar kawasan lindung EN13 Perlindungan habitat atau diperbaharui kembali EN14 Strategi, tindakan saat ini, dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati. EN15 Memperhatikan jumlah spesies yang termasuk dalam daftar dilindungi dan masuk daftar konservasi yang habitatnya masuk dalam daerah operasi dengan didasarkan pada risiko kepunahan.
Emisi, Limbah, dan Pengelolaan Limbah	EN16 Jumlah dari emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung didasarkan pada berat EN17 Dampak secara tidak langsung yang relevan dari emisi gas rumah kaca berdasarkan berat EN18 Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pengurangan dicapai EN19 Emisi dari akibat habisnya ozon diukur berdasarkan berat EN20 Gas NO, SO, dan emisi udara lainnya diukur didasarkan pada jenis dan beratnya EN21 Jumlah pembongkaran air diukur berdasarkan kualitas dan tujuan EN22 Jumlah limbah diukur berdasarkan menurut jenis dan metode pembuangan EN23 Jumlah dan volume tumpahan sama EN24 Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan Konvensi Basel Annex I, II, III, dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut dikirimkan secara internasional EN25 Identitas, ukuran, status dilindungi, dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait secara signifikan memengaruhi pelaporan pembuangan organisasi terhadap air dan habitat
Produk dan Jasa	EN26 Inisiatif untuk meringankan efek lingkungan dari produk dan jasa serta batas dari dampak peringanan tersebut EN27 Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang dikelompokkan berdasarkan kategori
Pemenuhan	EN28 Kesesuaian antara nilai dari denda dan jumlah sanksi untuk ketidakpatuhan dengan hukum lingkungan dan peraturan
Pengangkutan	EN29 Dampak lingkungan sekitar dari proses pengangkutan produk dan barang lainnya yang digunakan dalam proses operasional.
Keseluruhan	EN30 Jumlah penggunaan untuk perlindungan lingkungan dan pembiayaan berdasarkan jenis.

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Tabel 2.6
Indikator Pelaksanaan Tenaga Kerja Dan Kepatuhan Kerja

KODE	ITEM YANG HARUS DIUNGKAPKAN
Karyawan	LA1 Jumlah pekerja berdasarkan jenis pekerjaan, kontrak pekerja dan wilayah LA2 Jumlah angka dan rasio dari pendapatan pegawai berdasarkan umur, jenis kelamin, dan wilayah LA3 Upah lembur diberikan untuk pegawai yang waktunya penuh atau setengah penuh berdasarkan kegiatan operasinya
Tenaga kerja / Hubungan Manajemen	LA4 Persentase dari perlindungan pegawai berdasarkan perjanjian penawaran kolektif LA5 Periode pemberitahuan minimal yang memperhatikan perubahan operasional. Hal ini meliputi apakah ada spesifikasi dari perjanjian kolektif
Keselamatan dan Kesehatan Kerja	LA6 Persentase dari jumlah pekerja yang digambarkan dalam manajemen yang formal (pekerja yang sehat dan keselamatan komunitas) LA7 Tingkat kecelakaan, penyakit, absen, dan total hari dalam bekerja LA8 Pendidikan, pelatihan, konseling, pencegahan, dan risiko LA9 Topik tentang kesehatan dan keselamatan dilindungi dalam perjanjian formal dengan persatuan perdagangan
Pelatihan dan Pendidikan	LA10 Rata-rata jam dari pelatihan per tahun oleh tiap pegawai berdasarkan kategori pegawai LA11 Program untuk mengatur keahlian khusus dan pembelajaran hidup yang dapat mendukung kemampuan pekerja serta mengatur pekerja dalam menyusun penyesuaian karir LA12 Persentase dari pekerja yang menerima pekerjaan secara teratur dan penilaian kembali atas pertumbuhan karir
Keanekaragaman dan Persamaan kesempatan	LA13 Komposisi dari badan yang mengatur organisasi dan pekerja tiap kategori meliputi jenis kelamin, umur keanggotaan dan indikator perbedaan lainnya
Persamaan imbalan untuk Pria dan Wanita	LA14 Rasio dari gaji pokok antara pria dan wanita berdasarkan kategori pekerja

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Tabel 2.7
Indikator Pelaksanaan Hak Asasi Manusia

KODE	ITEM YANG HARUS DIUNGKAPKAN
Investasi dan Perantara	HR1 Persentase dan jumlah dari perjanjian investasi yang meliputi ketentuan hak asasi manusia. HR2 Persentase dari pemasok dan kontraktor yang memiliki batas dalam mengawasi hak asasi manusia serta tindakan yang diambil. HR3 Jumlah jam dari pelatihan pekerja dalam kebijakan dan prosedur, meliputi persentase dari pegawai yang dilatih.
Tidak diskriminatif	HR4 Jumlah dari kejadian yang menunjukkan diskriminasi serta tindakan yang diambil.
Kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif	HR5 Kegiatan diidentifikasi dengan melatih mengungkap hak dalam kebebasan berasosiasi dan pertimbangan kolektif. Sehingga akan menimbulkan resiko penting serta tindakan yang diambil mendukung kebenaran tersebut.
Tenaga Kerja Muda/Anak-anak	HR6 Kegiatan diidentifikasi sebagai resiko dan kejadian tenaga kerja muda (anak-anak) dan ukurannya diambil dari pengeluaran untuk mereka.
Hak dan kewajiban tenaga kerja	HR7 Kegiatan diidentifikasi sebagai resiko dari kejadian tenaga kerja muda (anak-anak) dan ukurannya diambil dari pengeluaran untuk mereka
Praktek Keamanan	HR8 Persentase dari personel keamanan yang dilatih dengan kebijakan organisasi atau prosedur.
Hak-hak masyarakat sekitar lokasi kerja	HR9 Jumlah dari kejadian pelanggaran serta tindakan yang diambil
Penaksiran	HR10 Persentase dan jumlah operasi yang telah dikenakan ulasan HAM dan / atau penilaian dampak (<i>Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments</i>)
Perbaikan	HR11 Jumlah keluhan yang berkaitan dengan hak asasi manusia diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Tabel 2.8
Indikator Pelaksanaan Pengungkapan Masyarakat

KODE	ITEM YANG HARUS DIUNGKAPKAN
Masyarakat	SO1 Persentase operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat dilaksanakan, penilaian dampak, dan program pengembangan
Korupsi	SO2 Persentase dan jumlah dari unit bisnis yang disadari akibat dari risiko terjadinya korupsi. SO3 Persentase karyawan yang dilatih sesuai dengan kebijakan dan prosedur anti korupsi organisasi. SO4 Tindakan yang diambil dalam menanggapi insiden korupsi
Kebijakan umum	SO5 Posisi kebijakan publik dan partisipasi dalam membangun kebijakan tersebut SO6 Jumlah dari nilai keuangan (kontribusi untuk pesta politik, dan institusi terkait berdasarkan negara)
Perilaku anti persaingan	SO7 Jumlah dari tindakan yang resmi untuk perilaku anti persaingan, anti kebenaran dan praktek monopoli serta hasil yang diperoleh dari tindakan tersebut.
Pemenuhan	SO8 Nilai Moneter dari denda dan total nilai dari sanksi non-moneter karena tidak adanya pemenuhan yang sesuai dengan hukum dan peraturan

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

Tabel 2.9
Indikator Pelaksanaan Tanggung Jawab Produk

KODE	ITEM YANG HARUS DIUNGKAPKAN
Kesehatan and Keamanan Pelanggan	PR1 Proses perputaran kesehatan dan keselamatan yang merupakan dampak dari produk dan jasa yang dibebankan untuk pertumbuhan serta presentase dari kategori barang dan jasa yang sesuai dengan prosedur. PR2 Jumlah dari kejadian ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela mengenai dampak kesehatan dan keamanan produk dan jasa selama siklus hidup mereka berdasarkan jenis hasil
Pemberian nama produk dan jasa	PR3 Informasi tentang jenis produk dan jasa diperlukan suatu prosedur. Serta prosentase dari produk dan jasa yang sesuai persyaratan. PR4 Jumlah kejadian yang tidak dipenuhi dengan peraturan dan kode mengenai informasi barang dan jasa serta pemberian merek berdasarkan jenis dari hasil. PR5 Pelatihan dihubungkan untuk kepuasan pelanggan, yang meliputi hasil dari survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
Komunikasi Pemasaran	PR6 Program untuk menaati hukum, standar, dan kode yang dihubungkan dengan komunikasi pemasaran meliputi pengiklanan, promosi dan pemberian sponsor. PR7 Jumlah kejadian yang tidak dipenuhi dengan peraturan dan kode mengenai dampak dari komunikasi pemasaran, meliputi pengiklanan, promosi, dan pemberian sponsor berdasarkan jenis dari hasil.
Privasi Pelanggan	PR8 Jumlah komplain yang meliputi privasi pelanggan dan kehilangan data pelanggan.
Pemenuhan	PR9 Nilai moneter dari denda karena tidak adanya pemenuhan yang telah sesuai dengan hukum dan peraturan yang menyangkut provisi dan penggunaan produk and jasa.

Sumber : *Sustainability Reporting Guidelines version 3.1*

2.2.5 *Tingkat Profitabilitas*

a) *Pengertian Tingkat Profitabilitas*

Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen, tingkat *Profitabilitas* akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Para investor di pasar modal akan sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba, hal ini merupakan daya tarik bagi investor dalam melakukan jual beli saham dan berinvestasi dalam perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan akan selalu mengupayakan bagaimana untuk dapat mencapai laba yang telah ditargetkan.

Menurut Syafri (2007:304) rasio *profitabilitas* menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan

sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya.

b) *Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas*

Manfaat rasio *Profitabilitas* tidak terbatas hanya pada pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Kasmir (2008:197), menerangkan bahwa tujuan dan manfaat penggunaan rasio *Profitabilitas* bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

c) *Jenis-jenis rasio Profitabilitas*

Rasio *profitabilitas* adalah alat untuk menganalisis atau mengukur tingkat efisiensi usaha dan *profitabilitas* yang dicapai oleh perusahaan. Rasio *profitabilitas* sangat penting untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan

suatu perusahaan yang bersangkutan dalam mengelola asset untuk memperoleh keuntungan atau laba secara keseluruhan. Rasio umum yang digunakan dalam melakukan analisis *profitabilitas* adalah sebagai berikut: (Lukman Dendawijaya, 2009:118).

1. *Net Profit Margin* (NPM)
2. *Gross Profit Margin* (GPM)
3. *Return On Assets* (ROA)
4. *Return On Equity* (ROE)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rasio *Net Profit Margin* (NPM). Menurut Alexandri (2008: 200) *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih setelah dipotong pajak. Sedangkan menurut Bastian dan Suhardjono (2006: 299) *Net Profit Margin* adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan.

Semakin besar nilai NPM, maka akan terlihat bahwa kinerja perusahaan akan semakin produktif. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut. Rasio ini akan menunjukkan berapa besarnya laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan dari setiap penjualannya dalam satu periode. Sehingga semakin besar nilai NPM, maka laba bersih yang didapat oleh perusahaan juga akan semakin besar. Hubungan antara laba bersih sesudah pajak dan penjualan bersih menunjukkan kinerja perusahaan, seberapa besar kemampuan perusahaan untuk mengelola penjualannya sehingga dapat menghasilkan laba.. Semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan maka akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk

lebih dapat mengungkapkan CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

2.2.6 *Tingkat Leverage*

a) *Pengertian Tingkat Leverage*

Rasio *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva yang dimiliki perusahaan berasal dari hutang atau modal, sehingga dengan rasio ini dapat diketahui posisi perusahaan dan kewajibannya yang bersifat tetap kepada pihak lain serta keseimbangan nilai aktiva tetap dengan modal yang ada. Sebaiknya komposisi modal harus lebih besar dari hutang.

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengakibatkan pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

b) *Macam - macam Rasio Leverage*

Menurut Agnes Sawir (2001) ada dua jenis rasio *leverage* yaitu :

- a. Rasio total hutang terhadap total aktiva/*debt ratio*
- b. Rasio total hutang terhadap total ekuitas/*debt to equity ratio*

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan rasio *Debt Ratio*. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang tidak *solvable* adalah perusahaan yang total hutangnya lebih besar dibandingkan total assetnya (Mamduh dan

Halim:2009:81). Semakin kecil nilai Debt Ratio akan menunjukkan bahwa nilai hutang perusahaan lebih kecil dari pada total asetnya. Sehingga semakin kecil nilai rasio ini akan menggambarkan bahwa hutang yang dimiliki oleh perusahaan dapat terpenuhi dengan total asetnya. Semakin kecil hutang, maka asset atau kekayaan perusahaan yang digunakan dalam membayar hutang akan semakin kecil, sehingga dapat meningkatkan kesediaan perusahaan untuk mengalokasikan asset atau kekayaan untuk memenuhi tanggung jawab perusahaannya dengan melakukan dan mengungkapkan CSR.

2.2.7 *Ukuran perusahaan*

Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Perusahaan besar adalah perusahaan yang total asetnya lebih dari sepuluh miliar rupiah, sedangkan perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki total asset antara lima ratus juta rupiah-sepuluh miliar rupiah dan perusahaan kecil adalah perusahaan yang total asetnya diantara lima puluh juta rupiah-lima ratus juta rupiah (kementrian Koperasi dan UMKM:2005)

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2001). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

Disamping itu, perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap. Sebaliknya, perusahaan dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi yang telah tersedia sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar untuk dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar.

2.2.8 *Usia Perusahaan*

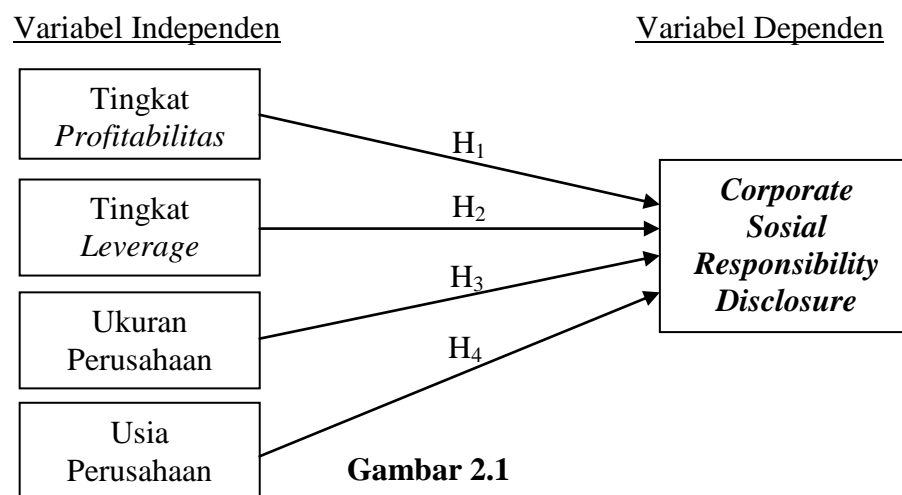
Usia Perusahaan merupakan total usia perusahaan sejak perusahaan tersebut berdiri sampai dengan laporan keuangan perusahaan tersebut diterbitkan. Widiastuti (2002) dalam Indah Utami dan Rahmawati (2008) menyatakan bahwa umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak dan mengetahui kebutuhan konstituennya atas informasi tentang perusahaan.

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dengan banyaknya pengalaman yang dimiliki perusahaan yang usianya lebih tua akan semakin memaksimalkan kesadaran perusahaan tersebut untuk lebih mempertanggung jawabkan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan, yaitu dengan mengungkapkan CSR pada laporan keuangannya.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan guna menguji pengaruh Tingkat *Profitabilitas* Perusahaan, Tingkat *Leverage* Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Usia perusahaan terhadap *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut ini:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian akan mencoba menguji pengaruh tingkat

Profitabilitas, tingkat *leverage* , ukuran perusahaan dan usia perusahaan terhadap pengungkapan CSR, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh Tingkat *Profitabilitas* terhadap pengungkapan CSR

Hubungan *Profitabilitas* terhadap pengungkapan CSR menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston et al (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.*, 1987 dalam Heckston et al, 1996).

Heinze (1976) dalam Heckston et al, (1996) menyatakan bahwa *Profitabilitas* merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *Profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggara Fahrizqi (2010) menyimpulkan bahwa secara parsial *Profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif. Sedangkan Davey (1982) dalam Heckston et al (1996) tidak menemukan hubungan antara variabel tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu :

H_1 : Tingkat *Profitabilitas* perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

2.3.2 Pengaruh Tingkat *Leverage* terhadap pengungkapan CSR

Hubungan tingkat *Leverage* terhadap pengungkapan CSR menurut Rawi (2008) berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda variabel *leverage* tidak ada pengaruh yang signifikan antara *leverage* terhadap CSR, Sedangkan Robert, R. W (1992) menemukan hubungan yang positif dari kedua variabel tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu :

H_2 : Tingkat *Leverage* perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Menurut Siregar dan Utama dalam Nofandrilla (2008), semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi saham semakin banyak. Sembiring (2005) dan Nofandrilla (2008) menemukan pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Anggara Fahrizqi(2010) juga mendukung penelitian tersebut, bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan arah positif.

Namun, hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reni Retno Anggraini (2006) dan Roberts, R.W. (1992) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis ketiga sebagai berikut ini.

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

2.3.4 Pengaruh Usia Perusahaan terhadap pengungkapan CSR

Widiastuti (2002) dalam Nofandrilla (2008) menyatakan bahwa Usia perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Dengan demikian, Usia perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang berusia lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak dan mengetahui kebutuhan konstituennya atas informasi tentang perusahaan. Ansah (2000) meneliti tentang pengaruh Usia perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hasilnya menyatakan bahwa Usia perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Sembiring (2005), Marwata (2001), dan Nofandrilla (2008) tidak menemukan pengaruh yang signifikan bahwa usia mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR di perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis ke empat sebagai berikut ini.

H₄ : Usia perusahaan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.